

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Bank**

##### **1. Pengertian Bank**

Perbankan adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Perbankan memiliki kedudukan yang strategis, yakni sebagai penunjang kelancaran sistem pembayaran, pelaksanaan kebijakan moneter dan pencapaian stabilitas sistem keuangan, sehingga diperlukan perbankan yang sehat, transparan dan dapat dipertanggungjawabkan.

Pada dasarnya Bank adalah lembaga keuangan yang melayani kebutuhan masyarakat baik untuk menyimpan uang, meminjam uang dan jasa pelayanan lalu lintas pembayaran baik dalam negeri maupun luar negeri. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat ([www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id))

Sedangkan menurut Undang-Undang RI No. 10 tahun 1998 tentang perbankan, menetapkan bahwa “Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya dalam bentuk kredit dan atau dalam bentuk lainnya dalam

rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak” ( UU RI No. 10 / 1998 Tentang Perubahan UU RI No. 7 / 1992 Tentang Perbankan, pasal 1 ayat 1).

## 2. Jenis Bank

Berdasarkan dalam buku Kamsir (2009) jenis-jenis bank dapat dikategorikan sebagai berikut :

### a. Bank Berdasarkan Fungsinya

#### 1) Bank Umum

Bank umum merupakan badan keuangan yang menawarkan berbagai layanan jasa kepada masyarakat, melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, atau juga sering disebut dengan bank komersil. Jadi sifat jasa yang diberikan adalah umum, dalam arti memberikan seluruh jasa perbankan yang ada. Begitu juga dengan wilayah operasionalnya dapat dilakukan di seluruh wilayah.

#### 2) Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, serta suatu badan keuangan yang memiliki keterbatasan dalam hal wilayah operasional dan dana yang dimiliki serta layanan yang terbatas

pula. Artinya Bank Perkreditan Rakyat (BPR) sebagai perwakilan di daerah-daerah serta kegiataannya jauh lebih sempit dibanding dengan bank umum.

b. Bank Berdasarkan Kepemilikan

Bank berdasarkan status kepemilikannya dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:

1) Bank Milik Pemerintah

Bank milik pemerintah adalah bank yang sebagian atau seluruh sahamnya milik pemerintah maupun akte pendirian. Sehingga keuntungan bank juga dimiliki oleh pemerintah.

2) Bank Milik Swasta Nasional

Bank umum milik swasta nasional adalah bank yang sebagian atau seluruh sahamnya dimiliki oleh pihak swasta nasional maupun akte pendiriannya didirikan oleh pihak swasta, begitu pula pembagian keuntungannya juga untuk swasta.

3) Bank Milik Koperasi

Bank milik koperasi adalah bank yang sebagian atau seluruh sahamnya dimiliki oleh perusahaan yang berbadan hukum koperasi.

4) Bank Milik Asing

Jenis bank milik swasta asing ini merupakan cabang dari bank yang ada di luar negeri, baik milik swasta maupun pemerintah asing. Kepemilikannya pun dimiliki oleh pihak luar negeri.

#### 5) Bank Milik Campuran

Kepemilikan saham bank campuran dimiliki oleh pihak asing dan pihak swasta nasional. Kepemilikan sahamnya secara mayoritas dipegang oleh warga negara Indonesia.

#### c. Bank Berdasarkan Status

##### 1) Bank Devisa

Bank devisa merupakan bank yang mampu melaksanakan transaksi keluar negeri atau yang berhubungan langsung dengan mata uang asing secara keseluruhan, misal transfer keluar negeri, *travelers cheque*, *inkaso* keluar negeri, pembukaan dan pembayaran *letters of credit* dan transaksi lainnya. Segala urusan bank devisa ini ditentukan oleh Bank Indonesia.

##### 2) Bank Non Devisa

Bank non devisa merupakan bank yang belum mempunyai izin untuk melaksanakan transaksi sebagai bank devisa, sehingga tidak dapat melaksanakan operasionalnya seperti halnya bank devisa. Jadi, bank non devisa adalah kebalikannya dari bank devisa, dimana segala transaksi yang dilakukan masih dalam batas-batas Negara.

#### d. Bank Berdasarkan Cara Menentukan Harga

##### 1) Bank yang Berdasarkan Prinsip Konvensional

Bank yang berkembang di Indonesia mayoritas adalah bank yang berorientasi pada prinsip konvensional. Hal ini tidak lepas

dari sejarah negara Indonesia dimana asal mula bank Indonesia dibawa oleh colonial Belanda. Dalam mencari keuntungan dan menentukan harga kepada nasabah, bank yang berdasarkan prinsip konvensional ini menggunakan dua metode adalah :

- a) Menetapkan bunga sebagai harga, baik produk untuk simpanan sebagai giro, tabungan maupun deposito serta harga untuk produk pinjaman (kredit). Metode penentuan harga ini disebut dengan *dspread based*.
- b) Untuk jasa-jasa bank lainnya pihak perbankan menggunakan atau menerapkan berbagai biaya-biaya dalam nominal atau presentase tertentu. Metode penentuan biaya ini dikenal dengan istilah *fee based*.

## 2) Bank yang Berdasarkan Prinsip Syariah

Bank berdasarkan prinsip syariah belum lama di Indonesia, namun perkembangannya tidak kalah saing dari bank yang berdasarkan prinsip konvensional.

Bank berdasarkan prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk menyimpan dana atau pembiayaan usaha maupun kegiatan perbankan lainnya. Dalam menentukan harga atau mencari keuntungan bagi pihak bank yang berdasarkan prinsip syariah adalah sebagai berikut :

- a) Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*)

- b) Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musyarakah)
- c) Prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah)
- d) Pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (ijarah)
- e) Atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarah wa iqtina)

Bank berdasarkan prinsip syariah mengharamkan penggunaan harga produknya dengan menggunakan sistem bunga atau sering disebut dengan istilah riba.

### 3. Kegiatan Umum Usaha Bank Konvensional

Kegiatan usaha bank umum konvensional antara lain: (sumber: [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id))

- 1) Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa giro, deposito berjangka, sertifikat deposito, tabungan, dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu;
- 2) Memberikan kredit;
- 3) Menerbitkan surat pengakuan hutang;
- 4) Memindahkan uang baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah;

- 5) Menempatkan dana pada, meminjam dana dari, atau meminjamkan dana kepada bank lain, baik dengan menggunakan surat, sarana telekomunikasi maupun dengan wesel unjuk, cek atau sarana lainnya;
- 6) Menerima pembayaran dari tagihan atas surat berharga dan melakukan perhitungan dengan atau antar pihak ketiga;
- 7) Menyediakan tempat untuk menyimpan barang dan surat berharga;
- 8) Melakukan kegiatan penitipan untuk kepentingan pihak lain berdasarkan suatu kontrak;
- 9) Menyediakan pembiayaan dan atau melakukan kegiatan lain berdasarkan prinsip syariah, sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- 10) Melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan oleh bank sepanjang tidak bertentangan dengan Undang Undang tentang Perbankan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

## **B. Bank Syariah**

### **1. Pengertian Bank Syariah**

Bank syariah (*Islamic banking* atau *interest-free banking*) adalah lembaga keuangan yang berdasarkan etika dan sistem nilai islam yang bebas dari bunga atau yang biasa disebut dengan istilah riba, kegiatan spekulatif yang non-produktif seperti perjudian, bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (tidak pasti), berprinsip pada keadilan dan hanya membiayai kegiatan usaha yang halal, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan daala berproduksi (Muhammad, 2005).

Dalam buku Sudarsono (2013), yang dimaksud bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberika kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah.

Sedangkan bank syariah menurut Undang-Undang No 10 Tahun 1998 adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalulintas pembayaran. Selanjutnya, menurut Undang-Undang Perbank Syariah No 21 Tahun 2008 yang menyatakan bahwa perbanka syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha bank syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melakssanakan kegiatan usahanya.

## 2. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Dalam beberapa hal bank syariah dan bank konvensional memiliki persamaan terutama dalam sisi teknis penerimaan uang, mekanisme transfer, teknologi computer yang digunakan, syarar-syarat umum memperoleh pembiayaan dan sebagainya. Akan tetapi perbedaan bank syariah adalah bank yang berasaskan kemitraan , keadilan, transparansi, universal dan melakukan kegiatan berdasarkan prinsip syariah.



**Table 2.1**  
Perbedaan Bank Konvensional dan Bank Syariah

Bank Syariah	Bank Konvensional
Melakukan investasi-investasi yang halal saja	Investasi yang halal dan haram
Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli atau sewa	Menggunakan sistem bunga
Profit dan falah oriented	Profit oriented
Hubungan dengan nasabah dalam bentuk kemitraan	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk debitur-kreditur
Penghimpun dan penyaluran dan harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah	Tidak ada dewan sejenis

Sumber: Antonio, 2011.

Selain perbedaan di atas menurut Antonio (2011) masih terdapat perbedaan lain, yaitu :

a. Akad dan Aspek Legalitas

Setiap akad dalam perbankan syariah, baik dalam hal barang, pelaku transaksi maupun ketentuan lainnya, harus memenuhi ketentuan akad seperti berikut:

- 1) Rukun
  - a) Penjual,
  - b) Pembeli,
  - c) Barang,
  - d) Harga,
  - e) Akad/ijab-qabul.
- 2) Syarat
  - a) Barang dan jasa harus halal.

- b) Harga barang dan jasa harus jelas.
- c) Tempat penyerahan (*delivery*) harus jelas, karena akan berdampak pada biaya transportasi.
- d) Barang yang ditransaksikan harus sepenuhnya dalam kepemilikan.

b. Lembaga Penyelesaian Sengketa

Pada bank syariah jika terjadi perselisihan antara bank dan nasabahnya, penyelesaian masalah harus melalui Badan Arbitrase Muamalah Indonesia (BAMUI) yaitu lembaga yang mengatur hukum materi dan atau berdasarkan prinsip syariah di Indonesia.

c. Struktur Organisasi

Perbedaan yang mendasar dalam struktur organisasi bank konvensional dan bank syariah adalah adanya Dewan Pengawas Syariah yang diletakkan pada posisi setingkat dengan Dewan Komisaris pada setiap bank.

d. Bisnis dan Usaha yang Dibiayai

Bank syariah dalam melaksanakan kegiatan bisnis dan usahanya tidak terlepas dari prinsip yang berdasarkan syariah. Dalam perbankan syariah suatu pembiayaan akan disetujui sebelum dipastikan beberapa hal pokok, yaitu :

- 1) Apakah objek pembiayaan halal atau haram?
- 2) Apakah proyek menimbulkan kemudharatan untuk masyarakat?
- 3) Apakah proyek berkaitan dengan perbuatan mesum/asusila?

- 4) Apakah proyek berkaitan dengan perjudian?
- 5) Apakah usaha itu berkaitan dengan industry senjata illegal atau beroorientasi pada pengembangan senjata pembunuh masal?
- 6) Apakah proyek dapat merugikan syiar islam, baik secara langsung maupun tidak langsung?

e. Lingkungan Kerja dan *Corporate Culture*

Lingkungan kerja bank syariah sejalan dengan bank syariah. Dalam hal etika, misal sifat amnah dan siddiq harus melandasi setiap karyawan sehingga tercermin integritas eksekutif muslim yang baik. di samping itu, karyawan bank juga harus *skillfull* dan professional (fathanah) dan mampu melaksanakan tugas secara team-work dimana informasi merata diseluruh fungsional organisasi (tabligh). Demikian juga dalam hal *reward* dan *punishment*, diperlukan prinsip keadilan yang sesuai dengan syariah.

3. Perbedaan Sistem Bagi Hasil dan Sistem Bunga

Dalam perbankan syariah, bank menawarkan sistem bagi hasil (*profit and loss sharin*) yang menjajikan akadnya keadilan dan tidak ada pihak yang tereksplotasi. Dimana sistem bagi hasil, keuntungan dan kerugian ditanggung bersama oleh kedua belah pihak. Sedangkan bank konvensional, *fiat money*, *commodity money*, *fractional reserve system* dalam perbankan, dan membolehkan spekulasi yang menyebabkan penciptaan uang (kartal atau giral) dan tersedotnya uang di sector moneter untuk mencari keuntungan tanpa resiko. Sehingga berdampak pada

menghambatnya pertumbuhan bahkan menyusutnya sektor riil (Ascarya, 2008).

Adapun beberapa perbedaan antara bunga dan bagi hasil dalam buku Antonio (2001) dapat dipahami lebih rinci dalam tabel 2.2 sebagai berikut:

**Tabel 2.2**  
Perbedaan Bunga dan Bagi Hasil

Bunga	Bagi Hasil
Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi usaha akan selalu menghasilkan keuntungan.	Penentuan besarnya rasio/nisbah bagi hasil disepakati pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi.
Besarnya persentase didasarkan pada jumlah dana/modal yang dipinjamkan.	Besarnya rasio bagi hasil didasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh.
Bunga dapat mengambang/variabel, dan besarnya naik turun sesuai dengan naik turunnya bunga patokan atau kondisi ekonomi.	Rasio bagi hasil tetap tidak berubah selama akad masih berlaku, kecuali diubah atas kesepakatan bersama.
Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah usaha yang dijalankan peminjam untung atau rugi.	Bagi hasil bergantung pada keuntungan usaha yang dijalankan. Bila usaha merugi, kerugian akan ditanggung bersama.
Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun keuntungan naik berlipat ganda.	Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan keuntungan.
Eksistensi bunga diragukan (kalau tidak dikecam) oleh semua agama.	Tidak ada yang merugikan keabsahan bagi hasil.

Sumber: Antonio, 2001

#### 4. Produk Bank Syariah

Sama halnya dengan peran bank konvensional, bank syariah juga berperan dalam menghimpun dana dari pihak yang kelebihan dana dan menyalurkan kembali kepada pihak yang kekurangan dana. Adapun produk-produk bank syariah yang tercantum dalam bukunya (Sudarsono, 2013):

##### a. Produk Penyaluran Dana (*Financing*)

Dalam melakukan penyaluran dana, bank syariah melakukan metode sebagai berikut:

##### 1) Prinsip Jual-Beli

Prinsip ini merupakan suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank melakukan pembelian barang atas nama bank. Kemudian bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan (margin). Implikasinya berupa:

##### a) Pembiayaan Al-Murabahah

Murabahah adalah akad jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati antara pihak bank dan nasabah. Bank membiayai pembelian barang yang dibutuhkan oleh nasabah kepada pemasok, kemudian menjualnya kepada nasabah dengan harga ditambah keuntungan yang di dapat oleh pihak bank.

b) Pembiayaan Salam

Salam adalah akad jual beli barang pesanan dengan penangguhan pengiriman oleh penjual dan pelunasannya dilakukan segera oleh pembeli sebelum barang pesanan tersebut diterima sesuai syarat-syarat tertentu. Bank dapat bertindak sebagai pembeli atau penjual dalam suatu transaksi salam. Jika bank bertindak sebagai penjual kemudian memesan kepada pihak lain untuk menyediakan pesanan dengan cara salam maka hal ini disebut salam paralel.

c) Pembiayaan Istishna'

Istishna' adalah akad jual beli antara pembeli dengan produsen yang juga bertindak sebagai penjual. Cara pembayarannya dapat berupa pembayaran dimuka, cicilan, atau ditangguhkan sampai jangka waktu tertentu. Barang pesanan harus diketahui karakteristiknya secara umum yang meliputi: Jenis, spesifikasi teknik, kualitas dan kuantitasnya. Bank dapat bertindak sebagai pembeli atau penjual. Jika bank bertindak sebagai penjual kemudian memesan kepada pihak lain untuk menyediakan barang pesanan dengan cara istishna' maka hal ini disebut dengan istishna' paralel.

d) Prinsip Sewa (Ijarah)

Ijarah adalah akad pemindahan hak guna atas barang dan jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan

pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri. Transaksi ijarah dilandasi adanya pemindahan manfaat, artinya pada dasarnya prinsip ijarah sama dengan prinsip jual-beli. Perbedaannya terletak pada objek transaksinya, bila pada jual-beli transaksinya barang maka pada ijarah transaksinya adalah jasa.

## 2) Prinsip Bagi Hasil (*Profit sharing*)

Sistem ini adalah suatu sistem yang meliputi tatacara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini adalah:

### a) Al-Mudharabah

Al-Mudharabah adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola (*mudharib*). Keuntungan usaha secara mudharabah dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola. Seandainya kerugian ini diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si pengelola, si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut. Akad mudharabah secara umum terbagi menjadi dua jenis:

1. Mudharabah Muthalaqah, yaitu bentuk kerja sama antara shahibul maal dan mudharib yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis.
2. Mudharabah Muqayyadah, yaitu kerjasama antara shahibul maal dan mudharib dimana mudharib memberikan batasan kepada shahibul maal mengenai tempat, cara dan objek investasi.

b) Al-Musyarakah

Al-Musyarakah adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. Dua jenis al-musyarakah adalah:

1. Musyarakah pemilikan, tercipta karena warisan, wasiat atau kondisi lainnya yang mengakibatkan pemilikan satu asset oleh dua orang atau lebih.
2. Musyarakah akad, tercipta dengan cara kesepakatan dimana dua orang atau lebih setuju bahwa setiap orang dari mereka memberikan modal musyarakah.

3) Akad Pelengkap

Akad pelengkap tidak ditunjukan untuk mencari keuntungan melainkan untuk mempermudah pelaksanaan



pembiayaan dan diperbolehkan untuk meminta pengganti biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan akad ini. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini antara lain:

a) Al-Wakalah

Wakalah adalah pelimpahan kekuasaan oleh seorang sebagai pihak pertama kepada orang lain sebagai pihak kedua dalam hal-hal yang diwakilkan. Maksudnya, di mana nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti transfer.

b) Al-Kafalah

Kafalah adalah jaminan yang diberikan oleh penanggung (kafil) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung.

c) Al-Hiwalah

Hilawah adalah memindahkan hutang dari tanggungan orang yang berhutang (muhil) menjadi tanggungan orang yang berkewajiban membayar hutang (muhal alaib). Kontrak hiwalah dalam perbankan biasanya diterapkan pada anjak piutang (*Factoring*). *Post-dated check*, di mana bank bertindak sebagai juru tagih tanpa membayarkan dulu piutang tersebut.

d) Ar-Rahn

Rahn adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya.

Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa rahn adalah semacam jaminan utang atau gadai.

e) Al-Qardh

Al-qardh adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan. Produk ini digunakan untuk membantu usaha kecil dan keperluan sosial. Dana ini diperoleh dari dana zakat, infaq dan shadaqah.

b. Produk Penghimpunan Dana (*Funding*)

1) Sumber Dana

Sumber dana bank syariah diperoleh dari modal, titipan, investasi dan investasi khusus.

a) Al-Wadiah

Wadiah adalah titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penerima mengkehendaki.

2) Investasi

a) Al-Mudharabah

Mudharabah adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak, dimana pihak pertama sebagai pemilik modal (shahibul

maal), sedangkan pihak lain sebagai pengelola (mudharib). Keuntungan usaha secara mudharabah dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian tersebut bukan akibat kelalaian di pengelola.

b) Al-Mudharabah Mutlaqah

Mudharabah mutlaqah adalah berupa tabungan dan deposito sehingga terdapat dua jenis penghimpun dana yaitu tabungan mudharabah dan deposit mudharabah. Prinsip ini tidak disertai dengan pembatasan penggunaan dana dari pemilik modal (shahibul maal).

3) Investasi Khusus

a) al-Mudharabah Muqayyadah *on Balance sheet*

Mudharabah jenis ini merupakan simpanan khusus (*restricted investment*) dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh pihak bank.

b) al-Mudharabah Muqayyadah *off Balance sheet*

Mudharabah model ini merupakan penyaluran dana mudharabah langsung kepada pelaksana usahanya, dimana bank bertindak sebagai perantara (*aranger*) yang mempertemukan antara pemilik dana dengan pelaksana usaha.

c. Produk Jasa (*Service*)

1) Al-Sharf

Sharf adalah perjanjian jual-beli suatu valuta dengan valuta lainnya. Dimana islam membolehkan jual beli valuta asing baik berupa mata uang sejenis maupun yang tidak sejenis dengan ketentuan jual beli tersebut dilakukan dalam waktu yang sama. Dalam hal ini yang mengambil keuntungan adalah pihak bank.

2) Al-Ijarah

Al-Ijarah adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan hak kepemilikan atas barang itu sendiri. Secara prinsip ijarah sama dengan jual beli, hanya saja yang menjadi objek adalah manfaatnya. Al-ijarah terbagi dalam dua jenis: (1) Ijarah, sewa murni (2) Ijarah al muntahiya bit tamlik merupakan penggabungan sewa dan beli, dimana si penyewa mempunyai hak untuk memiliki barang pada masa akhir sewa. Seperti jasa yang disediakan oleh pihak bank adalah penyewaan kotak simpanan (*safe deposit box*).

5. Kegiatan Khusus Umum Bank Syariah

Adapun kegiatan khusus bank umum syariah antara lain (sumber: [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id))

1. Menghimpun dana dalam bentuk Simpanan berupa Giro, Tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu

berdasarkan akad wadi'ah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah;

2. Menghimpun dana dalam bentuk investasi berupa Deposito, Tabungan, atau bentuk lainnya yang (dipersamakan dengan itu berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah;
3. Menyalurkan pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad mudharabah, akad musyarakah, atau akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah;
4. Menyalurkan pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan akad ijarah dan/atau sewa beli dalam bentuk Ijarah Muntahiya bit Tamlik (IMBT) atau akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah;
5. Melakukan pengambilalihan utang berdasarkan akad hawalah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah;
6. Melakukan usaha kartu debit dan/atau kartu pembiayaan berdasarkan Prinsip Syariah;
7. Membeli, menjual, atau menjamin atas risiko sendiri surat berharga pihak ketiga yang diterbitkan atas dasar transaksi nyata berdasarkan Prinsip Syariah, antara lain, seperti akad ijarah, musyarakah, mudharabah, murabahah, kafalah, atau hawalah;
8. Membeli surat berharga berdasarkan Prinsip Syariah yang diterbitkan oleh pemerintah dan/atau BI;

9. Menerima pembayaran dari tagihan atas surat berharga dan melakukan perhitungan dengan pihak ketiga atau antar pihak ketiga berdasarkan Prinsip Syariah;
10. Melakukan penitipan untuk kepentingan pihak lain berdasarkan suatu akad yang berdasarkan Prinsip Syariah.

### **C. Keputusan Masyarakat**

#### **1. Pengertian Keputusan**

Keputusan merupakan hasil pemecahan dalam suatu masalah yang harus dihadapi dengan tegas. Dalam Kamus Besar Ilmu Pengetahuan pengambilan keputusan (*Decision Making*) didefinisikan sebagai pemilihan keputusan atau kebijakan yang didasarkan atas kriteria tertentu. Proses ini melalui dua alternatif atau lebih karena seandainya hanya ada satu alternatif tidak akan ada satu keputusan yang akan diambil.

Pengambilan keputusan merupakan salah satu bentuk perbuatan berpikir dan hasil dari suatu perbuatan itu disebut keputusan. Pengambilan keputusan dalam psikologi kognitif difokuskan pada bagaimana seseorang mengambil keputusan. Dalam kajiannya, berbeda dengan pemecahan masalah yang mana ditandai dengan situasi dimana sebuah tujuan ditetapkan dengan jelas dan dimana pencapaian sebuah sasaran diuraikan menjadi sub tujuan, yang pada saatnya membantu menjelaskan tindakan yang harus dan dapat diambil. Pengambilan keputusan juga berbeda dengan sebuah proses oleh perpindahan seseorang dari apa yang telah mereka ketahui terhadap pengetahuan lebih lanjut. Keputusan yang

diambil seseorang beraneka ragam, tetapi tanda-tanda pada umumnya adalah keputusan merupakan hasil berpikir, hasil usaha intelektual, keputusan selalu melibatkan pilihan dari berbagai alternatif, keputusan selalu melibatkan tindakan nyata, walaupun pelaksanaannya boleh ditangguhkan atau dilupakan.

Fungsi pengambilan keputusan individual ataupun kelompok baik secara institusional ataupun organisasional pada umumnya bersifat futuristik. Dimana tujuan pengambilan keputusan yang bersifat tunggal (hanya satu masalah dan tidak berkaitan dengan masalah lain), dan tujuan yang bersifat ganda (masalah saling berkaitan, dapat bersifat kontraktif ataupun tidak kontradiktif). Dengan adanya pengambilan keputusan yang dimaksudkan untuk memecahkan masalah, diharapkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam organisasi tersebut dapat mencapai tujuan organisasinya yang dimana diinginkan semua kegiatan dapat berjalan lancar dan tujuan dapat dicapai dengan mudah dan efisien.

## 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat

Menurut George R. Terry faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan yaitu:

- 1) Hal-hal yang berwujud maupun yang tidak berwujud, yang emosional maupun yang rasional perlu diperhitungkan dalam pengambilan keputusan.

- 2) Setiap keputusan harus dapat dijadikan bahan untuk mencapai tujuan setiap keputusan jangan berorientasi pada kepentingan pribadi, tetapi harus mementingkan kepentingan umum.
- 3) Jarang sekali pilihan yang memuaskan, oleh karena itu harus ada alternatif-alternatif tandingan.
- 4) Pengambilan keputusan merupakan tindakan mental dari tindakan ini harus diubah menjadi tindakan fisik.
- 5) Pengambilan keputusan yang efektif membutuhkan waktu yang cukup lama.
- 6) Diperlukan pengambilan keputusan yang praktis untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.
- 7) Setiap keputusan hendaknya dilembagakan agar diketahui keputusan itu benar.
- 8) Setiap keputusan merupakan tindakan permulaan dari serangkaian kegiatan mata rantai berikutnya.

Menurut Kotler (2005), seseorang mengambil keputusan pembelian dapat melalui 5 tahapan yaitu :

- 1) Pengenalan terhadap kebutuhan

Konsumen mulai proses pembelian ketika menyadari dan merasakan adanya masalah atau kebutuhan konsumen, merasakan suatu perbedaan antara keadaan yang sekarang dan keadaan yang di inginkan. Kebutuhan ini dapat dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Pada tahap ini, pemasar harus meneliti konsumen untuk



menemukan jenis kebutuhan dan masalah apa yang timbul, apa yang menyebabkan, dan bagaimana masalah itu bisa mengarahkan konsumen pada produk tertentu.

## 2) Pencarian informasi

Seseorang terdorong oleh kebutuhan akan melakukan proses pembelian lebih lanjut yaitu pencarian informasi mengenai sumber-sumber dan menilainya. Ketika semakin banyak informasi yang diperoleh maka kesadaran konsumen terhadap sebuah produk akan meningkat. Pada tahap ini, konsumen mencari informasi secara aktif mengenai sebuah produk yang diinginkan.

## 3) Evaluasi alternatif

Konsumen akan menggunakan perhitungan yang cermat dan logis dalam memproses informasi untuk sampai pada pilihannya. Atas dasar tujuan pembelian, alternatif-alternatif pembelian yang telah diidentifikasi akan dinilai dan diseleksi menjadi satu alternatif pembelian yang memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginannya.

## 4) Keputusan pembelian

Keputusan untuk membeli disini merupakan poses pembelian yang nyata. Jadi setelah tahap-tahap sebelumnya dilakukan maka, konsumen harus mengambil keputusan apakah membeli atau tidak. Konsumen yang memutuskan untuk membeli akan menjumpai serangkaian keputusan yang harus diambil menyangkut jenis produk,

merk, penjual, kuantitas, waktu pembelian dan cara pembayarannya. Dalam tahap ini, konsumen akan memilih penjual yang terbaik untuk membeli barang.

5) Purna atau pasca pembelian

Setelah memutuskan untuk mengambil suatu produk, proses pembelian tidak berakhir pada saat produk sudah dibeli tetapi berlanjut sampai periode sesudah pembelian. Konsumen akan merasakan suatu kepuasan atau ketidakpuasan setelah membeli suatu barang atau jasa. Konsumen merasa puas dan tidak puas didasarkan pada harapan konsumen dan kinerja yang dirasakan. Ketika konsumen merasa puas maka akan cenderung menggunakan produk kembali namun jika konsumen tidak puas akan membawa efek pada konflik pasca pembelian. Kepuasan akan menimbulkan pembelian ulang dan sebaliknya ketidakpuasan akan menjauhkan konsumen dengan calon konsumen.

Dengan demikian, keputusan pengambilan pembiayaan adalah keputusan nasabah pada saat melakukan pengambilan pembiayaan melalui serangkaian langkah-langkah meliputi: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

## D. Religiusitas

### 1. Pengertian Religiusitas

Dalam pandangan Jalaluddin (2010) religiusitas merupakan integrasi secara kompleks antara pengetahuan agama, perasaan serta tindakan keagamaan dalam diri seseorang. Manusia berperilaku agama karena didorong oleh rangsangan hukuman (siksaan) dan mengharapkan hadiah (pahala). Tingkat religiusitas seseorang tidak hanya terletak pada spiritual individu, tetapi lebih menyerupai aktivitas beragama yang ditunjukkan dalam kehidupan sehari-hari yang dilaksanakan secara konsisten.

Sedangkan menurut Astuti, kata *religi* yang berasal dari bahasa latin yaitu *religio* memiliki akar kata *religare* yang berarti meningkatkan. Sehingga hubungan religi (agama) berkaitan erat dengan kemanusiaan terdapat banyak aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban yang harus dilaksanakan. Dimana berfungsi untuk meningkatkan diri seseorang atau kelompok orang dalam hubungan-Nya dengan Tuhan, sesama manusia serta alam sekitarnya.

### 2. Dimensi-dimensi Religiusitas

Berangkat dari paradigm keseimbangan dalam nalar agama dan tindakan social religious yang diarahkan untuk membentuk dimensi kesadaran beragama, manusia sebagai bagian dari ciptaan Tuhan yang paling mulia di atas derajat makhluk Tuhan lainnya berkewajiban memahami tentang dimensi-dimensi religiusitas yang telah melekat di

dalam diri. Pada dasarnya dimensi-dimensi tersebut mulanya bersifat abstrak atau bahkan hanya menyerupai tanda dan isyarat pada setiap tindakan.

Sejalan dengan perkembangan pola pikir manusia terhadap kebutuhan untuk meninjau kembali (intropeksi) setiap tindakan. Religius tidak hanya dalam bentuk tindakan, tetapi juga lewat ritual-ritual kebersamaan yang dikerjakan secara berjamaah, khushyuk, kontinu dan konsisten. Adapun religiusitas meliputi lima dimensi: dalam buku Stark dan Glock *American Piety: The Nature of Religious Commitment*

- 1) Dimensi ritual, yaitu aspek yang mengukur sejauh mana seseorang melakukan kewajiban ritualnya dalam agama yang dianut. Dalam islam dikenal dengan istilah *mahdaah* meliputi shalat, berpuasa, haji dan kegiatan lainnya yang bersifat ritual.
- 2) Dimensi ideologis, yaitu berfungsi untuk mengukur tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang bersifat dogmatis dalam agama. Dalam konteks agama islam menyangkut kepercayaan seseorang terhadap agamanya, baik dalam ukuran skala fisikal, psikis, sosial budaya maupun interaksinya terhadap dunia-dunia mistik beradda di luar kesadaran manusia.
- 3) Dimensi intelektual, yaitu tentang seberapa jauh seseorang mengetahui, mengerti dan memahami tentang ajaran agamanya dan sejauh mana seseorang itu mau melakukan aktivitas untuk semakin

menambah pemahamannya dalam hal keagamaan yang berkaitan dengan agamanya.

- 4) Dimensi pengalaman, yaitu berkaitan dengan sejauh mana orang tersebut pernah mengalami pengalaman yang merupakan keajaiban dai Tuhan-Nya. Misal merasa doanya terkabulkan, merasa diselamatkan dan lain-lain.
- 5) Dimensi kosekuensi, yaitu berkaitan dengan sejauh mana seorang itu mau berkomitmen dengan ajaran agamanya dalam kehidupan sehari-hari. Misal sikap saling tolong menolong, jujur, tidak mencuri dan lain-lain.

### 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Religiusitas menurut Thouless (2000) dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain:

- 1) Faktor sosial, yaitu meliputi semua pengaruh social seperti, pendidikan dan pengajaran dari orang tua, taradisi-tradisi dan tekanan-tekanan social.
- 2) Faktor alami, yaitu meliputi moral yang berupa pengalaman-pengalaman baik yang bersifat alami spserti pengalaman konflik moral maupun pengalaman emosional.
- 3) Faktor kebutuhan untuk mendapatkan harga diri serta kebutuhan yang timbul disebabkan adanya kematian.

- 4) Faktor intelektual dimana faktor ini menyangkut proses pemikiran secara verbal terutama dalam pembentukan keyakinan-keyakinan agama.

Jalaluddin (2010) menjelaskan ada beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan religiusitas seseorang antara lain :

- 1) Faktor internal yaitu faktor yang muncul dari dalam diri seseorang yang mendorong seseorang untuk tunduk kepada Allah SWT.
- 2) Faktor internal yaitu faktor yang meliputi lingkungan masyarakat. Seperti lingkungan keluarga dimana keluarga adalah sistem kehidupan sosial terkecil

## **E. Kualitas Pelayanan**

### **1. Pengertian Pelayanan**

Menurut Khotler (2000) dalam Tyas (2012) pelayanan adalah suatu yang tidak berwujud yang merupakan tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah suatu perihal atau cara untuk melayani kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa didalam pelayanan selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pihak produsen yang selalu berkaitan antara satu sama lain. Pelayanan bukan suatu barang melainkan suatu proses atau aktivitas yang tidak terwujud.

Kualitas pelayanan menurut Kotler adalah keseluruhan ciri dan sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan. Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa suatu barang dan jasa akan dinilai bermutu apabila dapat memenuhi *ekspektasi* konsumen akan nilai produk tersebut. Artinya, mutu merupakan salah satu faktor yang menentukan penilaian kepuasan konsumen.

Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Sedangkan apabila pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan maka itu adalah pelayanan yang ideal. Jika pelayanan lebih rendah dari yang diharapkan pelanggan maka itu adalah pelayanan yang buruk.

Bagi sebagian peneliti dan praktisi berpedoman bahwa mutu layanan mendorong tercipta perilaku nasabah yang diharapkan oleh perusahaan. Karena mutu layanan merupakan instrument penting bagi pihak perusahaan yang akan membuat para nasabah berperilaku positif, seperti nasabah akan tetap menggunakan produk di pihak perusahaan tersebut, menjadi pelanggan (nasabah) tetap serta perilaku mempromosikan produk perusahaan kepada pihak lain.

## 2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, dkk dalam Umar (2000) mengategorikan beberapa dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan khususnya dalam bidang perbankan, antara lain:

- a. Reliability, yaitu kemampuan untuk dapat memberikan layanan sebagaimana yang dijanjikan secara tepat, akurat dan pasti.
  - b. Empathy, yaitu kemampuan untuk memperlakukan konsumen sebagai individu atau penjiwaan dan perhatian yang lebih pribadi kepada konsumen.
  - c. Efisiensi, yaitu berkaitan dengan tepat waktu. Tepat waktu disini dapat berarti dalam kecepatan menangani transaksi nasabah dan layanan yang lain.
  - d. Prosedur, yaitu terkait dengan alur atau prosedur dalam hal pembukaan tabungan atau hal-hal lain yang berhubungan dengan kegiatan bank dalam hal menghimpun dan menyalurkan dana.
  - e. Assurance, yaitu jaminan kepastian akan layanan yang diberikan atau kemudahan untuk melakukan suatu transaksi keuangan.
  - f. Responsiveness, yaitu kemampuan untuk bisa menolong konsumen yang dilayani.
3. Pelayanan dalam Islam

Dalam berbisnis dilandasi oleh dua hal pokok kepribadian yang amanah dan terpecaya, serta mengetahui dan keterampilan yang bagus . dua hal ini amanah dan ilmu, dalam hal ini pelayanan dalam islam antara lain sebagai berikut: (Hafidudin dan Tanjung, 2003)

1. Shidiq yaitu benar dan jujur, tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi bisnis. Maksudnya larangan berdusta dalam hal ini seperti menipu, mengurangi takaran timbangan dan



mempermainkan kualitas yang akan menyebabkan kerugian yang sesungguhnya.

2. Kreatif, berani dan percaya diri. Ketiga hal ini mencerminkan kemauan berusaha untuk mencari dan menemukan peluang bisnis yang baru, prospektif dan wawasan masa depan, namun tidak mengabaikan prinsip kekinian.
3. Amanah dan fatonah yaitu manajemen dan bertanggung jawab, transparan, tepat waktu, memiliki manajemen berbasis, manajer dan pemimpin yang cerdas, sadar produk dan jasa secara berkelanjutan.
4. Tablig yaitu mampu berkomunikasi dengan baik. Dimana dalam istilah bahasa manajemen diartikan sebagai supel, cerdas, deskripsi tugas, delegasi wewenang, kerja tim, cepat tanggap, koordinasi, kendali dan supervise.
5. Istiqomah yaitu secara konsisten menampilkan dan mengimplementasikan nilai-nilai diatas walau mendapat godaan dan tantangan. Dengan beristiqomah peluang-peluang bisnis yang prospektif dan menguntungkan akan selalu terbuka lebar.

## **F. Kualitas Produk**

### **1. Pengertian Kualitas Produk**

Dalam mengembangkan suatu usaha bisnis untuk mencapai pasar yang diinginkan, sebuah perusahaan harus memulai dengan produk atau jasa yang dirancang untuk memuaskan keinginan konsumen. Maka dari itu perusahaan harus berusaha mengambil hati para konsumen untuk

memperlancar jalannya produksi. Konsumen biasanya menginginkan produknya dapat membuat hati para konsumen terpuaskan dan mempunyai kualitas produk.

Menurut Kotler dan Keller (2007) produk adalah Segala sesuatu yang dapat ditawarkan kedalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan/semua kebutuhan.

Sedangkan kualitas produk menurut Kotlet dan Keller (2009) adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Dan menurut Kotler dan Amstrong (2006) kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan, penggunaan dan perbaikan dan nilai yang lainnya.

Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menemukan pilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya. Dimana suatu produk harus memiliki beberapa aspek seperti ketepatan, daya tahan produk, keandalan, kemudahan pengoperasian dan atribut penting lainnya sesuai dengan yang diinginkan atau dibutuhkan oleh konsumen. Agar terciptanya kepuasan konsumen, maka produk yang ditawarkan haruslah berkualitas. Dimana kualitas produk merupakan penggerak bagi kepuasan pelanggan yang pertama.

## 2. Dimensi-dimensi Kualitas Produk

Menurut Kotler (2010) untuk menentukan kualitas produk dapat dimasukkan dalam sembilan dimensi yaitu :

- 1) Bentuk (*form*), dimana produk dapat dibedakan secara jelas dengan yang lainnya berdasarkan bentuk, ukuran, atau struktur fisik produk.
- 2) Ciri-ciri produk (*Features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap yang berguna untuk menambah fungsi dasar yang berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.
- 3) Kinerja (*Performance*), yaitu berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.
- 4) Ketepatan/kesesuaian (*Conformance*), yaitu berkaitan dengan tingkat kesesuaian dengan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Kesesuaian merefleksikan derajat ketepatan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas standar yang telah ditetapkan.
- 5) Ketahanan (*Durability*), yaitu ukuran umur operasi harapan produk dalam kondisi biasa atau penuh tekanan. Maksudnya, berapa lama suatu produk dapat digunakan. Dan merupakan salah satu atribut berharga untuk produk-produk tertentu.
- 6) Keandalan (*reliability*), yaitu berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali

digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.

- 7) Kemudahan Pebaikan (*Repairability*), yaitu berkaitan dengan kemudahan perbaikan atas produk jika rusak. Idealnya produk akan mudah diperbaiki sendiri oleh pengguna jika rusak.
- 8) Gaya (*Style*), yaitu menggambarkan penampilan produk dan kesan konsumen terhadap produk.
- 9) Desain (*design*), yaitu keseluruhan keistimewaan produk yang akan mempengaruhi penampilan dan fungsi produk terhadap keinginan konsumen.

### 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas produk, antara lain:

- 1) Proses pembuatan produk dan perlengkapan serta pengaturan yang digunakan dalam proses produksi.
- 2) Aspek penjualan Apabila kualitas dari barang yang dihasilkan dari barang yang terlalu tinggi membuat harga jual semakin mahal sehingga jumlah yang terjual semakin rendah karena kemampuan beli terbatas. Sedangkan apabila kualitas dari barang yang dihasilkan dari barang yang terlalu rendah akan dapat menyebabkan berkurangnya penjualan.
- 3) Perubahan permintaan konsumen Konsumen atau pemakai sering menginginkan adanya perubahan-perubahan barang yang dipakainya baik berupa kuantitas maupun kualitas.

- 4) Peranan inspeksi Selain dapat mengawasi atau menjadi kualitas standar yang telah ditetapkan juga berusaha untuk memperkecil biaya produksi.

### **G. Hasil Penelitian Terdahulu**

Rizqa Ramadhaning Tyas (2012) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang” dengan jenis penelitian *causal research* melalui pendekatan kuantitatif dan menggunakan alat analisis regresi linear berganda. Penelitian dilakukan dengan teknik pengumpulan data berupa dokumentasi, interview, observasi dan kuesioner dengan 30 responden. Adapun hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *rehability*, *responsiveness*, *assurance*, *empaty* dan *tangibles*, serta variabel lokasi berpengaruh signifikan positif terhadap peningkatan keputusan nasabah untuk menabung di BMT Sumber Mulia.

Penelitian lainnya pernah dilakukan Dedy Trisnadi, Ngadino Surip (2013) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali Di Cimb Niaga” dengan menggunakan alat analisis regresi linear berganda. Adapun hasil penelitiannya yaitu kualitas produk tabungan dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

Selanjutnya penelitian dengan tema yang sama yang dilakukan oleh Malinda Kusuma Wardani (2015) dengan judul “Pengaruh Motivasi, Pengetahuan, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Strategis Terhadap Minat

Menabung di Perbankan Syariah” dengan menggunakan alat analisis regresi linear berganda dan uji asumsi klasik. Penelitian dilakukan dengan teknik pengumpulan data melalui angket/kuesioner, dokumentasi, dan observasi serta lokasi penelitian adalah di pulau Lombok. Dengan hasil penelitian menunjukkan variabel motivasi dan variabel pengetahuan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat masyarakat pulau Lombok menabung di perbankan syariah. Serta variabel kualitas pelayanan dan lokasi strategis berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat pulau Lombok menabung di perbankan syariah.

Penelitian Rengganing Jatun (2015) dengan tema judul yang sama yaitu “Analisis Faktor - Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah untuk Mengambil Pembiayaan pada Kospin Jasa Layanan Syariah Pekalongan” dengan menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan alat analisis regresi linear berganda dan uji asumsi klasik. Dan teknik pengumpulan data melalui kuesioner, observasi, studi pustaka serta sampel yang digunakan sebanyak 88 orang anggota nasabah Kospin Jasa Layanan Syariah Pekalongan dengan menggunakan teknik *iccidental sampling*. Adapun hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk, aktivitas promosi, religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan pada Kospin Jasa Layanan Syariah Pekalongan.

## H. Hipotesis

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, maka didapatkan hipotesis penelitian sebagai berikut:

### 1. Variabel Religiusitas (X1)

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Faisal yang menyimpulkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan konsumen.

Dalam penelitian ini hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>1</sub>: Religiusitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa EPI UMY untuk menjadi nasabah di perbankan syariah.

### 2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Malinda Kusuma Waradi yang menyimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen.

Dalam penelitian ini hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>2</sub>: Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat pulau Lombok menabung di perbankan syariah.

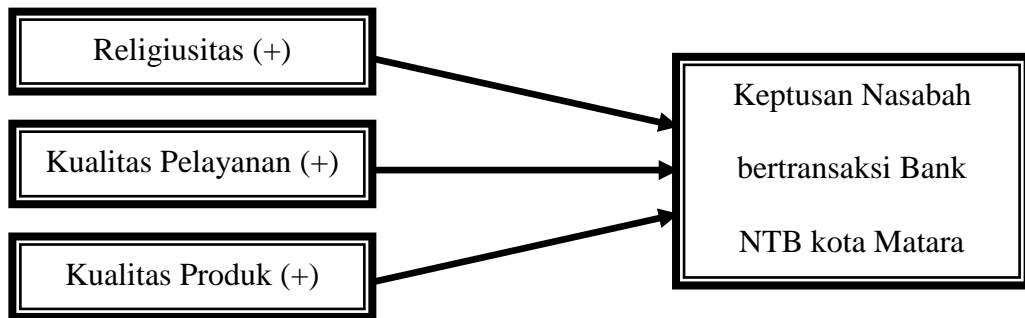
### 3. Variabel Kualitas Produk (X3)

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dedy Trisnadi, Ngadino Surip yang menyimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen.

Dalam penelitian ini hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>3</sub>: Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung nasabah secara parsial.

### I. Kerangka Pemikiran



**Tabel 2.3**

**Kerangka Pemikiran**